

Strategi promosi produk furnitur : studi kasus prduk XYZ

Wiandi Halisantoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440436&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam penulisan Karya Akhir ini, penulis mencoba untuk menganalisis strategi promosi yang efektif dan efisien bagi industri furnitur di Indonesia, khususnya untuk produk XYZ.

XYZ merupakan pendatang baru dalam industri furnitur di Indonesia, dengan segmen pasar kelas menengah ke atas dan harga yang lebih tinggi dari pesaing utamanya. Pesaing utamanya sendiri telah memiliki brand image, brand awareness dan pangsa pasar yang tinggi. Sehingga XYZ harus memilih bauran pemasaran yang tepat agar bertahan hidup. Salah satu kunci suksesnya adalah menentukan bauran promosi yang efektif dan efisien. sehingga terbentuk brand image dan brand awareness bagi XYZ, dan dapat meningkatkan omset penjualannya.

Kiat-kiat promosi yang dapat dipilih dalam perancangan bauran promosi XYZ meliputi periklanan melalui media cetak (advertorial), media televisi (sponsor kuis), media radio (wawancara dan kuis) dan media luar ruang (papan nama, selebaran, brosur dan umbul-umbul); publisitas, promosi penjualan (potongan harga langsung dan hadiah yang berkaitan dengan uang serta pameran); dan penjualan personal.

Disarankan kepada XYZ agar sering mengikuti pameran yang diselenggarakan di lokasi yang tepat dengan segmen pasar yang dituju, menambah jumlah ruang pamernya; menggunakan biro iklan yang handal agar iklan komersialnya dapat dikomunikasikan dengan efektif merekrut membina dan melatih jumlah tenaga penjual internal yang lebih banyak secara rutin mempromosikan produk dan ruang pamernya melalui penyebaran selebaran dan brosur; pemasangan papan nama disemua lokasi penjualan; dan promosi penjualan (memberi Potongan harga dan hadiah yang berkaitan dengan uang) pada musim dimana permintaan furnitur sedang meningkat yang disertai dukungan promosi periklanan.